

**ANALISIS PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DAN  
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN, DIMEDIASI  
OLEH KEPUASAN KONSUMEN**

**(Studi Pada Konsumen Rokok Merek Djarum Super di Surakarta)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat untuk  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta

Disusun oleh:

**LANDIE MOHAMMAD**

F0210078

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA

2016

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN, DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN**

**(Studi Pada Konsumen Rokok Merek Djarum Super di Surakarta)**

**Oleh:**

**LANDIE MOHAMMAD**

**NIM. F0210078**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh tanggung jawab sosial (CSR) dan citra merek pada loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilakukan pada konsumen rokok Djarum Super di Surakarta.

Data pada penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada responden. Sampel terdiri dari 150 responden dengan teknik pengambilan sampelnya adalah *purposive sampling*.

Hipotesis penelitian ini diuji menggunakan analisis regresi dengan bantuan perangkat lunak SPSS dengan CSR dan citra perusahaan sebagai variabel independen. Kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi dan loyalitas konsumen sebagai variabel dependen.

Hasil temuan menunjukkan bahwa CSR dan citra perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan pada loyalitas konsumen melalui mediasi dari kepuasan konsumen, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh mediasi kepuasan konsumen berupa *partially mediated* atau mediasi parsial.

**Kata Kunci:** Tanggung jawab sosial perusahaan, citra perusahaan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND CORPORATE IMAGE ON CONSUMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS MEDIATOR**

**(Study on Consumer of Djarum Super in Surakarta)**

**LANDIE MOHAMMAD**

**NIM. F0210078**

*This research aims to examine the influence of corporate social responsibility (CSR) and corporate image on consumer loyalty with mediation role of customer satisfaction. This study was conducted on consumer of Djarum Super in Surakarta.*

*The data collected in this study through questionnaires that is given by respondent. The sample consists of 150 respondents who recruited that was taken by purposive sampling.*

*This study used regression analysis through SPSS for hypothesis testing with CSR and corporate image as independent variables. Consumer loyalty as dependent variable and customer satisfaction as mediator variable.*

*The findings refer that CSR and corporate image have significant effects on Consumer loyalty with customer satisfaction as mediator, this mediating effect as partially mediated for both independent justice.*

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Corporate Image, Customer Satisfaction, Consumer Loyalty